

地域一体型ガストロノミーツーリズム 推進のための成果事例集

観光庁「令和6年度 地域一体型ガストロノミーツーリズムの推進事業」



第1章 ガストロノミーツーリズムの推進に向けて

- はじめに ……P.4
- ガストロノミーツーリズム推進におけるポイント ……P.5
- ガストロノミーツーリズムの計画策定・評価における3要素 ……P.9

第2章 ガストロノミーツーリズムの取組類型化

- ガストロノミーツーリズムの取組類型 ……P.11
- ガストロノミーツーリズムの取組類型（詳細） ……P.12
- ガストロノミーツーリズムの取組類型の位置づけ ……P.13

第3章 本事業における事例の紹介

- 「地域一体型ガストロノミーツーリズムの推進事業」採択地域 ……P.15
- 事業の流れ（採択決定後の流れ） ……P.17
- 各事例の構成（採択地域） ……P.18
- 本事業の採択地域事例 ……P.19



第1章

ガストロノミーツーリズムの推進に向けて

はじめに

●当事例集の目的

当事例集は、今後ガストロノミーツーリズムの推進を検討する地域の皆様の一助となることを目的に作成しています。「地域一体型ガストロノミーツーリズムの推進事業」の実施を踏まえ、各地域でガストロノミーツーリズムを展開するにあたって参考となるノウハウおよび事例をまとめています。

●「地域一体型ガストロノミーツーリズムの推進事業」概要

当事業は、地方公共団体、観光地域づくり法人（DMO）、農業・漁業・飲食業・宿泊業等の様々な関係団体等が連携し、ガストロノミーツーリズムに取り組むことで、観光分野の経済波及効果を地域全体で最大化することを目的とした調査事業です。

ガストロノミーツーリズム

その土地の気候風土が生んだ食材・習慣・伝統・歴史などによって育まれた食を楽しみ、
食文化に触れることを目的としたツーリズム

◆ガストロノミーツーリズムに期待する効果

地域産品とその背景にある要素を掛け合わせたガストロノミーツーリズムの取組を通して、観光客が地域の食文化に触れる機会をつくる

①地域産品とその背景にある要素を掛け合わせた取組を実施する



食材・食器・調理器具・調理技術等、
その地域ならではの産品

×

伝統

文化

歴史

習慣

=

地域一体となった
ガストロノミーツーリズムの取組



②観光客がガストロノミーツーリズムの取組を通して地域の食文化に触れる



ガストロノミーツーリズム推進におけるポイント

ガストロノミーツーリズム推進にあたり、取り組むべきステップ及び各ステップの内容について、下記の通りとする。

◆地域におけるガストロノミーツーリズム開発の流れ

ガストロノミーツーリズム開発のための実証及び検証は、以下の現状分析・戦略策定を経た内容とする。



ガストロノミーツーリズム推進におけるポイント

◆【STEP 1】現状分析

地域におけるガストロノミー要素や、地域におけるマーケティング状況を分析し、課題を特定する。各地域の観光計画に加え、以下の2つの観点で分析を実施する。

各地域の観光計画

+

分析①：地域のガストロノミーツーリズムを構成する要素とその付加価値

観光客が地域の食材・料理に辿り着くまでの生産～消費の過程内に存在する、ガストロノミーに関する以下A～Gの要素を洗い出す。

<ガストロノミーに関する要素の例>



分析②：地域のガストロノミーツーリズムに関するマーケティング情報

各地域における、ガストロノミーに関する取組・発信状況や、現状の観光客から見た地域のイメージを分析する。

ガストロノミーへの関心が高い国際市場の特定・分析

各地域のガストロノミーと親和性の高い国際市場を特定し、その国際市場におけるニーズを分析する。



<分析の要素例>

- ・各地域への観光客数
- ・観光/ガストロノミーに対する1人当たり支出額
- ・各地域に対する知識・親和性
- ・旅行/食に関する文化

ガストロノミーツーリズムにおけるカスタマージャーニーの分析

観光客から見た、現状の各観光プロセスにおける地域へのイメージを分析する。



<観光プロセス例>

- ・計画段階：興味を持つきっかけ・繋がり等
- ・予約段階：予約手段、予約内容等
- ・体験段階：体験内容等
- ・共有段階：共有手段、共有する内容等

ガストロノミーに関する広告/メディア露出・イベント等の分析

公共・民間問わず、現状発信しているガストロノミーに関する内容や、企画している商品・イベントを分析する。



<分析の要素例>

- ・広告、ウェブサイト、SNS、YouTube等
- ・動画メディア、出版物、パンフレット
- ・イベント、展示会、FAMトリップ、観光商品

ガストロノミーツーリズム推進におけるポイント

◆【STEP 2】戦略策定

現状分析により得られた課題を踏まえ、地域におけるガストロノミーの今後について、目指す姿を導き出す。地域戦略・競争戦略の内容をもとにして、ガストロノミーツーリズム推進の基本戦略を策定する。

地域戦略

地域一体でどのようにガストロノミーツーリズムを構成し、取り組むべきか検討する。



< 策定の観点 >

- 各地域・各資源にどのような役割を割り当てるか
- 考慮が必要な地域的な現状や条件はあるか

競争戦略

他の地域と比較して自分たちの地域で取り組むガストロノミーツーリズムの競争優位性を検討する。



< 策定の観点 >

- 地域のガストロノミーツーリズムに関する要素とその付加価値（A～G）のうち、他の地域と差別化が可能なものはどれか

ガストロノミーツーリズム推進の基本戦略

以下の基本的な戦略を策定し、施策の方針を検討する。

ガストロノミーツーリズムのコンテンツ（商品）造成戦略

推進するガストロノミー商品及び活動を選定する。また、その優先順位についても検討する。



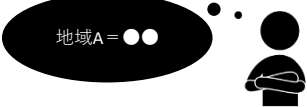
市場戦略及び対象者層（ターゲット）

選定したガストロノミー商品及び活動のターゲット（市場・対象者層）及び優先順位を検討する。



地域のイメージに関する戦略（コンセプト）

観光客及び地域の関係者が共通して認識するイメージを創り出すためのコンセプトを設定する。



< 策定のポイント >

可能な限り、独自の価値を的確に集約した簡潔な文章とすること

ガストロノミーツーリズム推進におけるポイント

◆【STEP 3】実証及び検証

戦略をもとに、以下の①～④を参考に具体的な実証内容を立案し、検証する。

1 ガストロノミーツーリズムのコンテンツ（商品）開発

コンテンツ（商品）の提案・構造化

コンテンツ（商品）に関して、様々な提案を実施する。



<コンテンツ（商品）例>

- ・ 総合的な地域向けの商品
- ・ 食に関するテーマ別のツアー
- ・ ガストロノミーに関する特別な体験
- ・ ガストロノミーイベント

品質の保証（認証を含む）

コンテンツ（商品）の自主規制のルールを定めたマニュアルを作成することで、一定の品質レベル・専門性を確保し、観光客のニーズに適応する。



2 体験の検証

観光客が五感全てを使い、記憶に残すことができる旅行体験を提供する。

<記憶に残る体験の要素>

- ・ 独自性のある場所を整備し、ストーリーを策定する
- ・ アクセスを限定する
- ・ 地域の人々との交流の機会の提供
- ・ 学びの機会を増やす
- ・ テーマ別にする
- ・ 非日常の体験を提供する
- ・ 地域の資源を掛け合わせる
- ・ 観光客が家に持ち帰れる、地域の産品を活用したお土産などを用意する

3 官民協力の推進

持続可能なガストロノミーツーリズムとするべく、官民間わず連携可能な仕組みを作る。



<官民協力の推進例>

- ・ ガストロノミーに関係する全ての関係者間における連携を促進する
- ・ 様々な関係者間の協働・つながり・交流の場を設置する
- ・ 関係者間の利害を合致させるための調整を行う
- ・ 地域の様々な関係者が参加できる仕組みをつくる
- ・ 地域コミュニティに対して、情報発信や意見交換ができる機会を設置する

4 検証の設計

計画の改善を実施するべく、実施の結果を測定するための各指標を予め設計する。



<検証に用いる指標例>

- ・ **インプット指標**の設定
→計画の進捗度合いを測るための数値
- ・ **アウトプット指標**の設定
→達成評価を測るための指標
- ・ 地域における、**ガストロノミーツーリズムの影響指標**の設定
→ガストロノミーに関する施設数や収容数、雇用数等、地域への影響を図るための数値

ガストロノミーツーリズムの計画策定・評価における 3 要素

◆UN Tourismガイドラインを踏まえた、ガストロノミーツーリズムの計画策定・評価における 3 要素

本事業において、ガストロノミーツーリズムの計画全体を専門家が評価及び地域自身で振り返る際の評価の要素は、UN Tourismガイドラインを踏まえ下記の 3 要素としている。

A：軸となる食の開発

魅力的で新規顧客を惹きつける、その地域ならではの食を開発し、今後のガストロノミーツーリズム推進の軸としていく。

- 地域に潜在的に存在する食材の網羅的な把握
- 食材の魅力的な提供方法（メニュー）の提案
- 食に関する一定の品質レベルを示すためのブランディング

UN Tourismガイドラインポイント集該当箇所：
ガストロノミーツーリズムのコンテンツ（商品）開発

B：特別な体験（ツーリズム）の造成・提供

その地域に訪れたからこそ得られる食の背景を知る体験を通して、食の付加価値を向上させるとともに、生産者・関係事業者への還元・地域ファンの増加に繋げる。

- 独自性のある環境の整備やストーリーの策定
- 地域の人々との交流の機会の提供

UN Tourismガイドラインポイント集該当箇所：
ガストロノミーツーリズムのコンテンツ（商品）開発 / 体験の検証



C：持続的な推進を踏まえた体制づくり

食の関係者同士が官民間わず連携可能な環境・仕組みづくりを促進することで、持続可能なガストロノミーツーリズム推進を実現する。

- 食の関係者間の協働・繋がり・交流の場を設置
- 地域の様々な関係者が参加できる仕組みづくり

UN Tourismガイドラインポイント集該当箇所：
官民協力の推進



第2章

ガストロノミーツールズムの取組類型化

ガストロノミーツーリズムの取組類型

◆「ガストロノミーツーリズムの取組類型」とは

ガストロノミーツーリズムの取組類型

今年度調査で把握した各地域のガストロノミーツーリズムにて提供する体験の個性傾向を、「ガストロノミーツーリズムの取組類型」として整理。各事例が一つの取組類型にのみ当てはまる場合もあれば、複数の取組類型に当てはまる場合もある。今後、地域においてガストロノミーツーリズムの取組を検討・実施する際に、どのような観点から取組を実施・強化すればよいかの参考として活用することを想定。

◆令和6年度における「ガストロノミーツーリズムの取組類型」

国内外事例調査結果を経て、令和6年度の取組類型を以下の通りとした。ガストロノミーツーリズムの先進地域についても明確化。

令和6年度類型	高付加価値型	ナイトタイム型	地域食文化体験型	生産者連携型	認証型
	特別なロケーションやガイドによる、ラグジュアリーな食体験を提供。	夜間飲食可能な場での消費機会拡大で、ナイトタイムエコノミーを活性化。	郷土食をベースとした食の魅力を知るための、食の背景にある文化・歴史体験の提供。	一次産業事業者と観光事業者が一体となり、地域の食をブランド化。生産者が主体となったイベント等の実施。	地域食文化体験型・生産者連携型において、食または地域が国際的な認証を取得している事例。
令和6年度採択地域	- 鹿児島県エリア（合同会社GOTOKU） - 石川県小松エリア（株式会社小松DMC）	岡山県井原エリア（井原市）	北海道平取エリア（株式会社NEPKI）	- 岩手県久慈エリア（久慈市） - 京都府宮津エリア（宮津市）	—
令和5年度採択地域	- 神奈川県三浦エリア（三浦市） - 香川県エリア（公益社団法人香川県観光協会） - 福井県三方五湖エリア（三方五湖DMO株式会社）	- 余市エリア（余市町） - 兵庫県神戸エリア（一般財団法人神戸観光局） - 長野県野沢温泉エリア（一般社団法人野沢温泉マウンテンリゾート観光局）	- 京都府エリア（公益社団法人京都府観光連盟） - 群馬県前橋エリア（公益財団法人前橋観光コンベンション協会） - 富山県立山エリア（富山県立山町） - 奈良県エリア	- 山梨県巨摩エリア（巨摩地域まちづくり協議会） - 熊本県八代エリア（一般社団法人DMOやつしろ） - 山形県鶴岡エリア（DEGAM鶴岡ツーリズムビューロー）	—

※各採択地域一覧についてはP.15に記載

複合的に取組が進み、世界的にもガストロノミーツーリズムの目的地として認識されている地域

地域ならではのガストロノミーツーリズムを活用し、更なる規模拡大に向けた仕組みづくりを実施。地域プロデューサー的役割の機能が生産～消費までの仕組みづくり及び地域内の食をブランド化している状態の地域。

ガストロノミーツーリズムの取組類型（詳細）

令和6年度取組類型について、「高付加価値型」「ナイトタイム型」「地域食文化体験型」「生産者連携型」「認証型」の5種に分類し、各分類において重要な要素を以下の通り記載する。

高付加価値型

特別なロケーションやガイドによる、ラグジュアリーな食体験を提供。

＜想定内容例＞ラグジュアリーな体験を含めた食の提供、パーソナライズされた体験提供、イノベティブ料理を含む最先端の食の提供

最先端の食の提供

話題性がありラグジュアリーな体験を含む、最先端の食の提供。

富裕層対応可能ガイドの育成

地域周遊時の柔軟なサービス提供及びラグジュアリーな体験の提供が可能な、地域内の食に知見のあるガイドを育成。

ナイトタイム型

夜間飲食可能な場での消費機会拡大で、ナイトタイムエコノミーを活性化。

＜想定内容例＞夜間に飲食可能な環境の提供、バーホッピング可能な飲食店街での地酒及び食の提供

バーホッピング可能な飲食店街

夜まで営業しており、飲食店が地域内近域に複数あることでバーホッピングが可能。地域内の宿泊施設・飲食店間の連携。

夜間まで食を楽しめる仕掛けづくり

宿泊施設の整備等、夜間まで地域内の食や酒を楽しむための環境を整備する。

地域食文化体験型

郷土食をベースとした食の魅力を知るための、食の背景にある文化・歴史体験の提供。

＜想定内容例＞歴史的建造物での食の背景となる文化・歴史体験の提供、郷土食及びアップデートした郷土食の提供・食べ比べ

歴史的建造物の活用

地域内の食文化と関連する歴史的建造物を活用し、その地ならではの食体験を造成。また、体験やガイド内容を通して、食の背景にある文化・歴史の学びを提供。

郷土食をベースとした食の提供

地域の歴史文化と紐づく郷土食や、郷土食をアップデートした食を提供。

生産者連携型

一次産業事業者と観光事業者が一体となり、地域の食をブランド化。生産者が主体となったイベント等の実施。

＜想定内容例＞収穫/漁獲体験等を含めた食体験の提供、食材を軸とした各名物メニューの造成

地域食材のブランド化

地域内外における、地域食材をブランド化。ブランド名・ブランドロゴや、品質基準等も明確化。

一次産業事業者との連携

一次産業事業者と連携したコンテンツ開発・情報発信を実施。

認証型

地域食文化体験型・生産者連携型において、食または地域が国際的な認証を取得している事例。

＜想定内容例＞国際認証取得の文化等と紐づけた食体験の提供

食分野の受入環境整備

世界遺産等を目当てに来訪する多様なインバウンド観光客に対して、その土地ならではの食体験を楽しむための受入環境を整備。

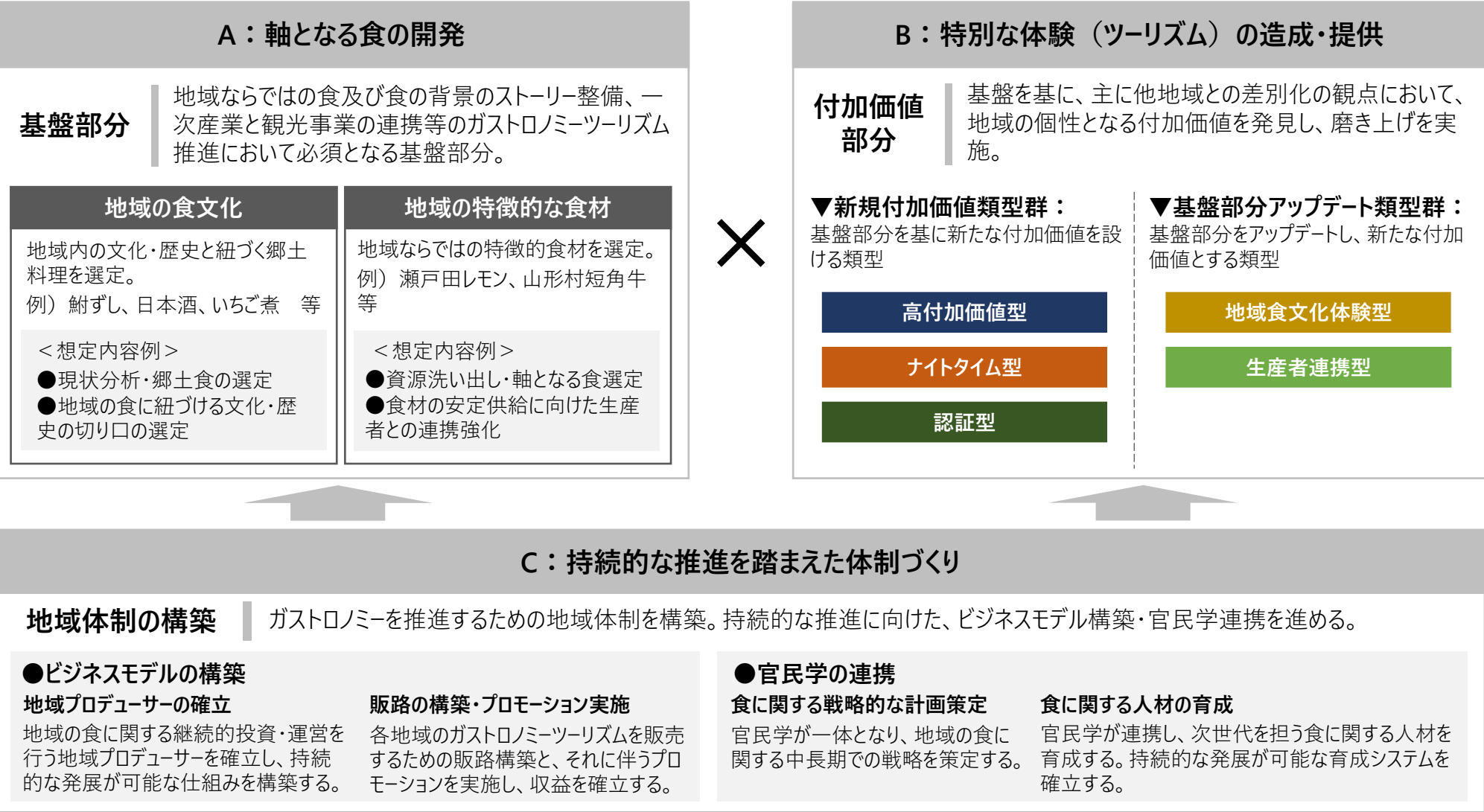
プレイスメントとの紐づけ

地域ならではの食と、認証を受けた地域の特徴との紐づけ・ストーリーづくりの実施。

ガストロノミーツーリズムの取組類型の位置づけ

ガストロノミーツーリズムの取組類型は、「付加価値部分（B：特別な体験（ツーリズム）の造成・提供）」に該当する。ガストロノミーツーリズムの「基盤部分」「付加価値部分」を確立した上で、地域一体となった体制で取組を推進する。

◆「ガストロノミーツーリズムの計画策定・評価における3要素（P.9）」を踏まえた、取組類型の位置づけ





第3章

本事業における事例の紹介

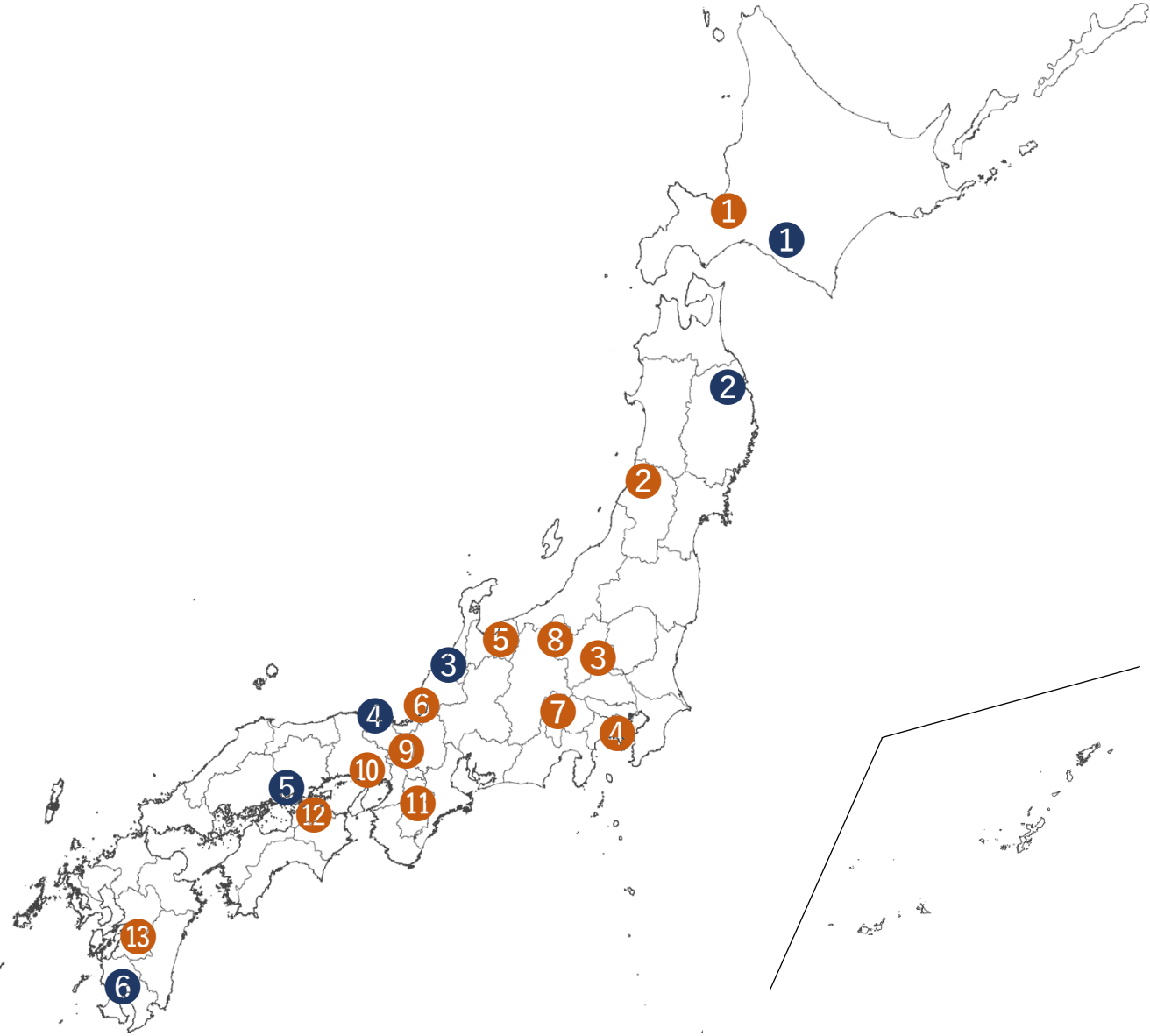
「地域一体型ガストロノミーツーリズムの推進事業」採択地域

■採択案件一覧

年度	地域 No.	申請団体名	所在地	実証事業名
令和5 年度	1	余市町	北海道	世界が恋する「余市の美酒＆美食」
	2	DEGAM鶴岡ツーリズムビューロー	山形県	LAND OF DEWA ガストロノミーツーリズム
	3	公益財団法人前橋観光コンベンション協会	群馬県	MAEBASHI Terroir～ 赤城山に育まれた発酵クラフトコミュニティ、ご当地スタンプを一から楽しむ特別な旅～
	4	三浦市	神奈川県	「あこがれ」を創出する「特別な食体験・ゲリラレストラン」実施に向けたミウラガストロノミー実証実験事業
	5	富山県立山町	富山県	立山の自然と文化の融合を感じるガストロノミーツアー
	6	三方五湖DMO株式会社	福井県	ジャパネスク北陸 若狭・三方五湖 食と観光のテロワール
	7	巨摩地域まちづくり協議会	山梨県	太古から続く巨摩の地の恵みの旬をめぐる健康処方箋の旅
	8	一般社団法人野沢温泉マウンテンリゾート観光局	長野県	野沢温泉MATAGI LIFE ガストロノミーツーリズム推進事業
	9	公益社団法人京都府観光連盟	京都府	【京料理×農林水産品】地域食連携によるガストロノミーツーリズム推進事業「産地で料亭ごはん」～京料理・地元農林水産品持続支援プロジェクト～
	10	一般財団法人神戸観光局	兵庫県	SDGs ガストロポリス（食都神戸）ツーリズム推進事業
	11	一般財団法人奈良県ビジターズビューロー	奈良県	「日本の食の聖地巡礼NARA」奈良の伝統ガストロノミーツーリズム構築・発信・海外販路拡大事業
	12	公益社団法人香川県観光協会	香川県	「地球大変動（ジオ）の恵みである海の幸と陸の幸をマリアー・ジュした世界で唯一無二のせとうち讃岐ジオ・ガストロノミーツーリズムの推進」
	13	一般社団法人DMOやつしろ	熊本県	地元産生姜を活用したロゲイニングガストロノミー
令和6 年度	1	株式会社NEPKI	北海道	沙流川流域のアイヌ食文化＊道産子ガストロノミー ～生命と食と自然のハーモニクス共創事業～
	2	久慈市	岩手県	世界に誇る北岩手のSDGs「久慈・やまがたガストロノミーツーリズム」
	3	株式会社小松DMC	石川県	世界を魅了するジャパニクタニと石川の海山の幸の美味しいフュージョン 歴史ある日本遺産を発信し五感で味わうガストロノミーツーリズム事業
	4	宮津市	京都府	天橋立ガストロノミー～神が育んだ海底湧き水の恵を食す～
	5	井原市	岡山県	星空×シェフ×地域ブランド食材×伝統工芸 五感で匠を楽しむ世界認証の饗宴「美星アーティザン・ツーリズム」
	6	合同会社GOTOKU	鹿児島県	Kagoshima Unearthed: Unfiltered Local Life & Cuisine Shaped by Volcanoes and Ocean Currents ～活火山と黒潮から生まれたローカル文化とヒトを通じて素材にアクセスする旅～

「地域一体型ガストロノミーツーリズムの推進事業」採択地域

■ 採択案件所在地



年度	マップ 番号	団体名
令和5年度	1	余市町
	2	DEGAM鶴岡ツーリズムビューロー
	3	公益財団法人前橋観光コンベンション協会
	4	三浦市
	5	富山県立山町
	6	三方五湖DMO株式会社
	7	巨摩地域まちづくり協議会
	8	一般社団法人野沢温泉マウンテンリゾート観光局
	9	公益社団法人京都府観光連盟
	10	一般財団法人神戸観光局
	11	一般財団法人奈良県ビクターズビューロー
	12	公益社団法人香川県観光協会
	13	一般社団法人DMOやつしろ
令和6年度	1	株式会社NEPKI
	2	久慈市
	3	株式会社小松DMC
	4	宮津市
	5	井原市
	6	合同会社GOTOKU

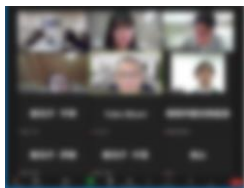
事業の流れ（採択決定後の流れ）

計画精査

公募時の計画の精査を実施。専門家からの助言を基に、地域内の食・観光資源の洗い出しや、マーケティング状況を分析し、地域内の目指す姿（戦略）・課題・具体的な取組内容を再策定。

事務局伴走・専門家助言の実施

事務局・専門家とのミーティング・現地視察にて計画精査の方向性について擦り合わせを実施。



定例ミーティングの実施



現地視察の実施

計画の再策定

事務局伴走・専門家の助言を受けて、公募時の計画を精査。



施策実施

再策定した計画を実施。進捗状況について、事務局・専門家に共有し助言を受けつつ、実証を進行。具体的な成果（KPI）についても必ず測定。

各施策の実施（定例会も定期的に実施）

精査後の計画に基づき、各施策を実施。
（施策例：体制構築のための施策、メニュー開発施策、ツアーイベント施策等）

地域内体制構築のための施策
（例）



メニュー開発施策

（例）



ツアー・イベント施策

（例）



+

検証（アンケート等）

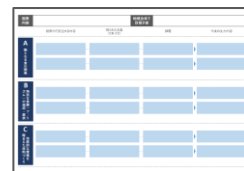
各施策の成果・課題を抽出するために、参加者へのアンケート等の効果検証を実施。

振り返り

今年度の実証を終えた振り返りにて課題・成果を抽出。また、次年度以降の戦略・想定される取組について再考。

結果の振り返り・課題の抽出

効果検証の結果及び施策の実施内容から、課題・成果を抽出。



次年度以降の計画策定

抽出した課題に基づき、次年度以降に想定される戦略・具体的な取組内容、販売を見据えた改善について再考。



【参考】UN Tourism「ガストロノミー・ツーリズム発展のためのガイドライン」

政府、地方公共団体、DMO等の関係者に対して、地域におけるガストロノミー・ツーリズムの発展に向けて、企画・運営面において考慮すべき事項や取るべき行動等について示した実践的なガイドライン



各事例の構成（採択地域）

本事業で支援した各事例については、「地域が目指す姿」に向けて各地域が取り組んだ内容を下記フォーマットの通り記載。

●各事例フォーマット

当事例の体制

各事例において参画した事業者及び役割を記載。

当事例の類型

事例内において、取組類型（P.12）内から該当する類型のアイコンを記載。

当事例の成果及び概要

事例の成果及び地域計画のアピールポイント及び概要を記載。

地域の課題及び地域が目指す姿

「地域の課題」・・・地域が現状（ガストロノミーツーリズム施策実施前）で抱く課題を記載。
「地域が目指す姿」・・・ガストロノミーツーリズムを通して、地域が将来的に目指す姿を記載。

事業内容

「軸となる食」…計画の軸となる地域食材記載。
「各施策内容」…各取組やコンテンツごとの内容を記載する。実施時の写真等も合わせて記載。

計画策定・評価における3要素

当事例を「ガストロノミーツリズムの計画策定・評価における3要素」の各要素観点から評価した際の成果及び課題を記載。

※ガストロノミーツーリズムの計画策定・評価における3要素詳細はP.9に記載

申請団体名： 株式会社NEPKI	事業名： 沙流川流域のアイヌ食文化＊道産子ガストロノミー～生命と食と自然のハーモニクス共創事業～	地域食文化体験型
アイヌ伝統食の現代風アレンジによる新たな提供方法開発 伝統食文化の本質を捉えるための講習・情報収集を通じた、現代技術と融合したアレンジ料理の開発と、伝統家屋チセを活用した料理提供・空間演出手法の検討		
地域の食の背景たる伝統食材と現代技術を掛け合わせたアレンジ料理の開発と、食文化担手の育成及び食の提供方法・アイヌ文化を体感するコンテンツ造成を実施。		
◆地域の課題及び地域が目指す姿 ●地域の課題：①民具・古式舞踊・伝統家屋等の文化資源が観光文脈で未活用。②豊かな自然を背景にした伝統食材やジエのストーリー性が未周知。③伝統工芸士を含め、伝統食文化の伝承に関わる人々の魅力が深掘されていない。④伝統料理技術に対する、新たな技術導入による価値付けが薄層、特に食の真に精通する富裕層に對し不可欠。⑤提供場所の不在。⑥情報発信やメディア露出が「伝統工芸」や「文化伝承」をテーマとしたものに留まり、「食文化」による新規市場開拓がブルーオーシャン。 ●地域が目指す姿：当事業をきっかけとし、2025年までに「アイヌ伝統料理ガストロノミー」カテゴリーのメニューを5つ以上確立し、提携・取扱いする店舗数を5つ以上とする。当地食文化を来訪の主目的とする観光客を500名増加させ、経年20%増加を可能とする受入体制を整備する。	◆当事例の体制 伝統性保持の指南監修 平取町アイヌ施策推進課 事業主体・主催 株式会社NEPKI コンテンツ造成等 ・チセでの料理提供・歴史的資料活用：文化博物館 ・ガイド開発・自然アクティビティ造成：地域内旅行会社 ・空間デザイン・取材実施：プロモーション・映像制作会社 メニュー開発等 ・メニュー開発・研修実施・動画出演：専門家シェフ1名 ・伝統食担手養成講座・戦略立案：マーケティング会社 ・農作物提供・提供スタイルの確立：伝統食材農場	
◆事業内容 軸となる食：アイヌ伝統食材（シケレバ・ハマナス・ヤマブドウ、ツチマメ、イナギビに加え、鹿・熊・蛙といった沙流川流域の肉類食材） 【施策1】アイヌ伝統食のアレンジ料理開発・食文化担手の育成及び域内発信 ①専門家シェフによるアレンジ料理開発・食文化担手養成講座の実施 伝統食材や栽培方法の情報収集を通じた食材の選定と、専門家シェフによるメニュー試作を実施。また、地域内出身の若手を対象とした、伝統料理研究家からの講義、専門家シェフからの開発メニュー講義等を実施。 ②地域内事業者等を対象としたアイヌ食文化シンポジウムの開催 地域内の多様な事業者に対する取組周知・ガストロノミー・ツーリズムへの理解促進を目的に、伝統食材活用事例を含めた講演・パネルディスカッションを実施。 【施策2】アイヌ食文化を体感するツアー造成・検証の実施 アイヌ食文化に関連する体験を踏まえ、開発メニューを提供するツアーを造成。また、ツアー及び開発メニューの評価・検証を目的に、インバウンド旅行会社を対象としたファムトリップ、一般参加者を対象としたモニターツアーを各1回合計2回実施。	◆計画策定・評価における3要素 軸となる食の開発 ●成果：一つ星シェフ監修の下、加工の容易さ、地域の独自性を理由に、アイヌ伝統食材の鹿肉・土豆・トウモロコシ・ハマナス・キハダの実を採用。アイヌ食材の官能試験調査を経てアイヌ伝統食を現代風にアレンジした形の料理開発となった。 ●課題：開発メニューの地域内提供場所の確保 特別な体験（ツーリズム）の造成・提供 ●成果：アイヌ食文化のコンセプトに基づくツアーの造成となった。1回モニター及び専門家意見を受けて料理提供空間や食文化ガイドラインを改善することで、ツアーストーリーの改善、個々の体験がしっかりと連携した行程づくりに繋がった。 ●課題：宿泊施設等ハード面での高付加価値化 持続的な推進を踏まえた体制づくり ●成果：食文化担手養成講座を通して、今後を担う人材育成に繋がった。また、アイヌ食文化シンポジウムを通して取組の域内周知、アイヌ食文化及びガストロノミー・ツーリズムの理解促進となった。 ●課題：二次交通整備等を含めた地方公共団体との連携	

アイヌ伝統食の現代風アレンジによる新たな提供方法開発

伝統食文化の本質を捉えるための講習・情報収集を通した、現代技術と融合したアレンジ料理の開発と、伝統家屋チセを活用した料理提供・空間演出手法の検討

地域の食の背骨たる伝統食材と現代技術を掛け合わせたアレンジ料理の開発と、食文化担い手の育成及び食の提供方法・アイヌ文化を体感するコンテンツ造成を実施。

◆地域の課題及び地域が目指す姿

●**地域の課題**：①民具・古式舞踊・伝統家屋等の文化資源が観光文脈で未活用。②豊かな自然を背景にした伝統食材やジビエのストーリー性が未周知。③伝統工芸士を含め、伝統食文化の伝承に関わる人々の魅力が深堀されていない。④伝統料理技術に対する、新たな技術導入による価値付けが海外層、特に世界の食に精通する富裕層に対し不可欠。⑤提供場所の不在。⑥情報発信やメディア露出が「伝統工芸」や「文化伝承」をテーマとしたものに留まり、「食文化」による新規市場開拓がブルーオーシャン。

●**地域が目指す姿**：当事業をきっかけとし、2025年までに「アイヌ伝統料理ガストロノミー」カテゴリーのメニューを5つ以上確立し、提携・取扱いする店舗数を5つ以上とする。当地食文化を来訪の主目的とする観光客を500名増加させ、経年20%増加を可能とする受入体制を整備する。

◆当事例の体制

伝統性保持の指南監修
平取町アイヌ施策推進課

事業主体・主催
株式会社NEPKI

コンテンツ造成等

・チセでの料理提供・歴史的資料活用：文化博物館
・ガイド開発・自然アクティビティ造成：地域内旅行会社
・空間デザイン・取材実施：プロモーション・映像制作会社

メニュー開発等

・メニュー開発・研修実施・動画出演：専門家シェフ1名
・伝統食担い手養成講座・戦略立案：マーケティング会社
・農作物提供・提供スタイルの確立：伝統食材農場

◆事業内容

軸となる食：アイヌ伝統食材（シケレベ・ハマナス・ヤマブドウ、ツチマメ、イナギビに加え、鹿・熊・鮭といった沙流川流域の肉類食材）

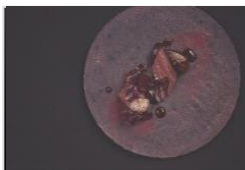
【施策1】アイヌ伝統食のアレンジ料理開発・食文化担い手の育成及び域内発信

(1)専門家シェフによるアレンジ料理開発・食文化担い手養成講座の実施
伝統食材や栽培方法の情報収集を通した食材の選定と、専門家シェフによるメニュー試作を実施。また、地域内出身の若手を対象とした、伝統料理研究家からの講義、専門家シェフからの開発メニュー講義等を実施。

(2)地域内事業者等を対象としたアイヌ食文化シンポジウムの開催
地域内の多様な事業者に対する取組周知・ガストロノミーツーリズムへの理解促進を目的に、伝統食材活用事例を含めた講演・パネルディスカッションを実施。

【施策2】アイヌ食文化を体感するツアー造成・検証の実施

アイヌ食文化に関連する体験を踏まえ、開発メニューを提供するツアーを造成。また、ツアー及び開発メニューの評価・検証を目的に、インバウンド旅行会社を対象としたファムトリップ、一般参加者を対象としたモニターツアーを各1回合計2回実施。



鹿モモ肉等を活用した
アイヌ食文化ガストロノミーメニュー



食文化担い手養成講座の
様子（レストランTAKAOシェフと）



食文化担い手養成講座の
様子（伝統料理研究家）



伝統家屋チセでの空間演出
「チセの出張ガストロノミー」



ツアーコンテンツ（伝統狩小屋づくり）



アイヌ食文化シンポジウムの実施

◆計画策定・評価における3要素

軸となる食の
開発

●**成果**：一つ星シェフ監修の下、加工の容易さ、地域の独自性を理由に、アイヌ伝統食材の鹿肉・土豆・トゥレブ・ハマナス・キハダの実を採用。アイヌ食材の官能試験調査を経てアイヌ伝統食を現代風にアレンジした形の料理開発となった。

●**課題**：開発メニューの地域内提供場所の確保

特別な体験
（ツーリズム）の
造成・提供

●**成果**：アイヌ食文化のコンセプトに基づくツアーの造成となった。1回目ツアー及び専門家意見を受けて料理提供空間や食文化ガイディングを改善することで、ツアーストーリーの改善、個々の体験がしっかりと連携した行程づくりに繋がった。

●**課題**：宿泊施設等ハード面での高付加価値化

持続的な推進を
踏まえた
体制づくり

●**成果**：食文化担い手養成講座を通して、今後を担う人材育成に繋がった。また、アイヌ食文化シンポジウムを通して取組の域内周知、アイヌ食文化及びガストロノミーツーリズムの理解促進となった。

●**課題**：二次交通整備等を含めた地方公共団体との連携

一次生産者との連携を通じた「山形村短角牛」の域内活用推進

生産者との連携を踏まえたメニュー開発・テストマーケティング等による、「山形村短角牛」の魅力の訴求方法検討と域内周知及び活用の拡大

自然放牧で健康に飼育される希少種の和牛「山形村短角牛」を活用したメニュー開発・周知施策と、インバウンド対応に関するセミナー開催及びツアーの開発・検証の実施。

◆地域の課題及び地域が目指す姿

●**地域の課題**：久慈市山形町には「山形村短角牛」「まめぶ」といったオンリーワンの価値ある地域資源がある。しかし、インバウンドへの意識が不足し、インバウンド向けの対策が遅れているため、メニューも少なく、観光コンテンツとしての造成もされていない。

●**地域が目指す姿**：2025年までに地域のインバウンド対応メニューを5つ以上確立し、台湾やフランスからの観光客をターゲットとしたグルメツアーは2つ以上造成。グルメ体験を中心に楽しむ観光客層を作り出し、観光客着地消費額を2倍に伸ばす。

◆当事例の体制

事業主体

久慈市

主催

山形村短角牛活性化推進協議会

メニュー開発・コンテンツ造成等

- ・一次産業事業者調整：農業協同組合
- ・郷土食関係者調整：域内郷土食保存継承団体
- ・木炭手配：林業事業者
- ・飲食メニュー開発/提供：域内飲食店・域外ホテル・域外飲食店
- ・飲食事業者調整：商工会議所
- ・コンテンツ造成/ガイド：域内観光団体

◆事業内容

軸となる食：山形村短角牛、まめぶ、白樺樹液、炭焼き文化（木炭GI登録）

【施策1】「山形村短角牛」メニュー開発・域内外試食イベントの実施

(1)域外シェフによるメニュー開発・メニュー講習会の実施

域外シェフが提供場所別の短角牛メニューを開発。また、扱いにくい肉の部位の調理指導と開発メニューの域内飲食店向け講習会を実施。

(2)域内外における試食イベントを通じたテストマーケティングの実施

短角牛の域内外周知及び訴求方法検討を目的に、首都圏レストランでの試食イベントと、久慈市内飲食店13店舗での短角牛メニュー提供フェアによるアンケート調査を実施。

【施策2】インバウンド受入体制構築・ツアー造成及びモデルツアーの実施

(1)インバウンド対応のおもてなしセミナーの開催

域内におけるインバウンド受入体制整備を目的に、飲食店での説明方法や語学研修も含めた、インバウンド対応のおもてなしセミナーを開催。

(2)地域内の自然・生産者を巡るツアーの開発及びモデルツアーの実施

地域内の旬の食材や伝統文化を掛け合わせたツアー造成・検証を目的に、宿泊型のツアーを3種類造成し、インバウンドを対象としたモデルツアーを3回実施。

【施策3】「久慈・やまがたガストロノミーツーリズム」推進会議設立・運営



短角牛レモンステーキ（開発メニュー）



レシピ講習会の様子



おもてなしセミナーの様子



ツアー内のまめぶ体験の様子

ツアー内での短角牛基幹牧場
見学の様子ツアー内での
スノーシュートレッキングの様子

◆計画策定・評価における3要素

軸となる食の
開発

●**成果**：「山形村短角牛」の赤身を活かしたメニュー開発及び伝統文化を絡めた訴求方法検討、テストマーケティングを通して「山形村短角牛」の魅力発掘となった。

●**課題**：他地域の肉との差別化

特別な体験
の
（ツーリズム）
造成・提供

●**成果**：GI・日本一の白樺美林を活用した自然体験と、食に関するツアー造成となった。モデルツアーでの評価を通して、高付加価値商品としての磨き上げに関する課題を得た。

●**課題**：高付加価値な宿泊・食体験の提供、販路構築

持続的な推進を
踏まえた
体制づくり

●**成果**：一次産業との連携体制の構築。また、試食イベントを通じたジビエブライ드의醸成・取組周知拡大にも繋がった。

●**課題**：市内広域での連携

「伝統工芸（九谷焼）×食」の新たな体制構築

専門家シェフの食材視察、九谷焼の作り手・工房の魅力を活かす食体験造成を通じた
関連業界の主要事業者との新たな関係性の構築

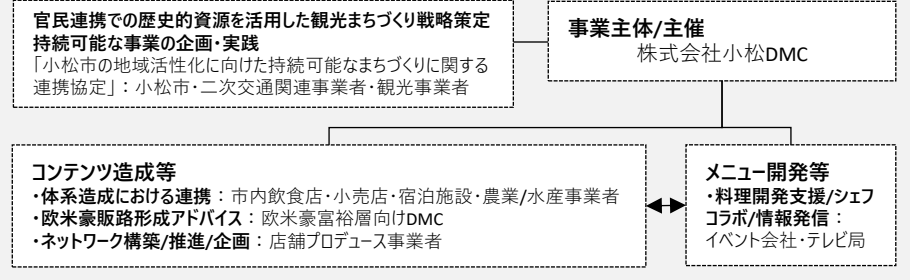
域内で全国トップクラスの収穫量を誇る「大麦」を軸としたメニュー開発と、世界的に評価が高い伝統工芸品「九谷焼」と食文化体験が融合したコンテンツの造成を実施。

◆地域の課題及び地域が目指す姿

●**地域の課題**：市街地の料亭文化や発酵食を中心とした独自の食文化が残っている。一方で、インバウンド旅行者向けの郷土料理等を活かしたメニューが無く、高付加価値な観光コンテンツも造成されていないため、インバウンド旅行者の認知度が低い状態となっている。

●**地域が目指す姿**：富裕層を中心とした訪日外国人向けに、地域の海山の幸を活用した高付加価値なメニューを提供する飲食店・宿泊施設を5箇所以上で展開。3年後に食・工芸・観光を融合したツーリズムの参加人数を年間1,000名、観光消費額の増加で200%UPの生産性を目指す。

◆当事例の体制



◆事業内容

軸となる食：大麦（六条大麦）、日本酒、九谷焼（その他の使用食材：能登牛、加賀れんこん等）

【施策1】小松産大麦を活用した新たなメニューの開発及び提供・域内発信の実施

(1)地域シェフ/専門家シェフによるメニュー開発及び提供

小松ならではの新たなメニュー開発・販売体制構築を目的に、地域シェフと専門家シェフを交えた食材視察後、メニュー開発を実施。また、地域シェフ含む飲食店にて、各店にてアレンジした開発メニューを提供した。

(2)シンポジウムの開催・開発メニュー試食会の実施

域内の機運醸成・小松のガストロノミー・ツーリズムの価値発信を目的に、地域内シェフ・地域内飲食店、九谷焼作家らがパネル討論をするシンポジウムを開催。開発メニューの試食会も実施した。

【施策2】伝統工芸×食のツアー造成・ファムツアーの実施

欧米豪富裕層向けガストロノミーツアーの開発・検証及び発信を目的に、九谷焼と小松の食文化を融合した、富裕層をターゲットとしたインバウンド向けのツアーを造成。また、インバウンド富裕層誘客に長けた国内DMCを招聘したファムツアーを2回実施し、全体設計や個別コンテンツの磨き上げを実施した。



小松の食材視察の様子



能登牛と小松産大麦・トマトの肉味噌（開発メニュー）



シンポジウム開催の様子



ツアー内の九谷焼体験の様子



ツアー内の日本酒体験の様子



ツアー内のシェフ×九谷焼作家の食事提供の様子

◆計画策定・評価における3要素

軸となる食の開発

●**成果**：域内生産量が全国トップクラスであることから「大麦」を食の軸として選定。九谷焼と合わせるにあたり、昔から小松の町衆が食べていたものをイメージしたメニューを開発。

●**課題**：他地域と差別化可能な食体験・食事メニューの確立

特別な体験（ツーリズム）の造成・提供

●**成果**：九谷焼と地域食材を掛け合わせたツアーの造成となった。ファムツアーの評価を通して、ガイド内容・個々の体験の連動性等に関する課題を得た。

●**課題**：ストーリーに紐付いた個別の体験内容の一貫性

持続的な推進を踏まえた体制づくり

●**成果**：伝統工芸・食の関連事業者との関係性構築となった。また、シンポジウムを通して域内事業者への取組周知促進・機運醸成に繋がった。

●**課題**：インバウンド富裕層を受入可能な推進体制の構築

新たな「宮津マリアージュ」を軸とした認知拡大

一流シェフによる現地視察及び行政・地域内事業者とのディスカッションを通した、
地域資源の再発掘及び食材供給体制の把握とメディア露出によるシビックプライドの醸成

海山に面する独自の地形と海流が育む新鮮魚介・地酒を掛け合わせた「宮津マリアージュ」メニューの開発と、地域に根付く水産業・加工食品を体感するコンテンツの造成を実施。

◆地域の課題及び地域が目指す姿

●**地域の課題**：①天橋立だけが訪問目的となり、京阪神から中心の日帰り客が80%の通過型観光地域である。②宿泊単品販売が中心で、テーマ性のあるツーリズムが形成されておらず、市内総生産の観光産業の割合は8%に留まっている。③絶好の漁場に恵まれながら、新鮮魚介を活用したコンテンツが少なく、食事付旅館中心の影響もあり市中で地産を味わう観光が乏しい。

●**地域が目指す姿**：「宮津マリアージュ」メニューが地域で浸透し、食を第一目的とした観光客が倍増する。また、絶好の漁場の「漁獲」「調理・加工」「食事」体験を商品化、滞在・回遊を拡大するとともに体験プログラムの申込者数を倍増させる。インバウンド宿泊客数は2025年度に10万人(1.8倍)を目指す。

◆事業内容

軸となる食：宮津湾で水揚げされた新鮮魚介、暮らしに根付いた水産加工品、豊かな自然で収穫した魚介と野菜と地元醸造酒

【施策1】海山の地域食材による創作料理と地酒のペアリングメニューの開発

- (1)一流シェフによる視察・地域内ディスカッションを経た食材選定
地域外を拠点とする一流シェフ2名の目で地域食文化・産業・自然環境の魅力の見直し・発掘を実施。行政・地域内事業者は一流シェフとのディスカッション等交流を通じて、地域ならではの食事提供に関する姿勢や考え方を学んだ。
- (2)一流シェフによるメニュー開発及び試食会での評価測定・メディア露出
宮津の食材価値向上と地域内各店で提供可能とするレシピづくりを目的に、和洋6品の地酒マリアージュメニューを開発。また、地域事業者・マスコミにメニューを披露する試食会を開催し、メニューの評価測定とメディア露出に繋げた。

【施策2】漁業の街の滞在型ツアー造成・ファムトリップの実施
滞在型観光拡大を目指すためのインバウンドの興味を喚ぶ体験創出と、旅行商品販売に携わる専門家から内容・価格の意見集約を目的に、宮津市内を巡るファムトリップを4回実施。



甘鯛を使った料理 3品

甘鯛の松笠焼の
バーニャウダソース

一流シェフの現地視察



メニュー試食会



ツアー内の定置網体験



ツアー内のSUSHIクルーズ

◆当事例の体制

メニュー開発等

・コーディネーター：地域アドバイザー
・メニュー開発等：外部シェフ2名
・食材提供/協力：漁業協同組合、農産物等直売所、商工会議所、水産事業者、地元農家、酒造、ワイナリー、宿泊施設・飲食施設、醸造所

事業主体
宮津市

主催
天橋立観光協会

ツアー造成・ファムトリップ実施

・集客/ツアー実施等：旅行代理店
・ツアー内コンテンツ：漁港・漁業協同組合・京都府水産課、飲食店、宿泊施設、交通事業者/寿司職人、地域店舗

広報・プレス

京都府・海の京都DMO・宮津市、新聞社、TV局、各種WEB・SNS、旅行代理店、シェフコミュニティ

◆計画策定・評価における3要素

軸となる食の
開発

●**成果**：安定供給（瞬間冷凍等）が可能な地場の名品であることから、「甘鯛」を開発メニューの主な使用食材として選定。宮津の酒との相性・食材供給及び提供のしやすさを考慮したメニュー開発となった。

●**課題**：地域のストーリーと紐付く食事メニュー・提供方法の確立

特別な体験
(ツーリズム)の
造成・提供

●**成果**：定置網体験・寿司クルーズ等の漁業の街ならではの体験を含んだツアーの造成となった。ファムトリップでの評価を通して、訪問箇所同士のストーリーの繋ぎ・インバウンド富裕層を迎えるホスピタリティに関する課題を得た。

●**課題**：ストーリーに紐付いた個別の体験内容の一貫性、既存コンテンツの高付加価値化

持続的な推進を
踏まえた
体制づくり

●**成果**：官民一体となった連携体制の構築。また、一流シェフによる地域食材発掘及びコメントの公表と、評価の様子をメディア露出することにより、シビックプライドの醸成・認知拡大に繋がった。

●**課題**：推進主体の確立、一体感のある取組推進に向けた共通認識の落とし込み

星空・薪火料理を軸とした高付加価値体験の創出

アジア初の星空保護区を活かした、域内食材での薪火料理開発・空間演出による高付加価値なナイトタイムコンテンツの創出

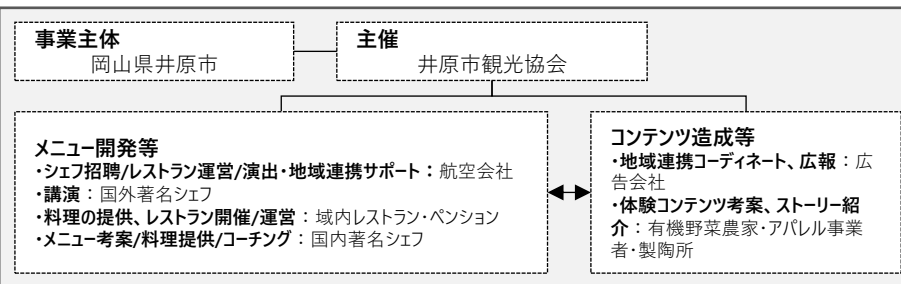
著名シェフ・域内シェフ共同でのペアリングメニュー開発及び「シェフ塾」等の講習会開催と、星空・薪火料理・伝統工芸を掛け合わせたテロワールレストランの造成を実施。

◆地域の課題及び地域が目指す姿

●**地域の課題**：当地域は農業・畜産集積地であるが、出荷販売のみで一次産業収益のみに留まっている。収益性のある食コンテンツやツーリズムが造成されておらず、地域一体となった協力体制も未構築。新たな収益モデル構築への機運が地域内に不足している。

●**地域が目指す姿**：地域の関連事業者が一体となって、食を起点とした収益性の高いコンテンツやツーリズムを考案・実施できる地域となり、一級品の星やデニムなど観光・産業資源との連動で、地域により広く経済波及を生み出す。

◆当事例の体制



◆事業内容

軸となる食：美星テロワール食材（野菜、畜産）、薪火料理、日本茶をベースにしたノンアルコールドリンク、クラフトワイン、老舗酒蔵の地酒

【施策1】国内外著名シェフによる域内シェフへの講習等を通じたペアリングメニューの開発

- (1)前田哲郎シェフによる食を通じた地域活性化テーマの講習会開催
海外のローカル地域でガストロノミーを体現する前田シェフから、地方×ガストロノミーの概念を学ぶことを目的に、域内シェフを対象とした対話型講習会をオンラインにて実施した。
- (2)国内著名シェフの「シェフ塾」開催及びメニューの共同開発実施
国内の薪火料理第一人者である吉武シェフから技術を直接学ぶことを目的に、シェフの仕込み・提供料理の視察の後、吉武シェフと域内シェフ共同でのディスカッション・メニュー開発及び試作を実施した。



前田シェフの講習会の様子



シェフ塾における考案メニュー試作の様子



笠岡諸島のヒラメ、ブルーチーズとポロ葱のソース（開発メニュー）



移動式茶炉で入れる玉露

【施策2】星空のもとで料理を味わうテロワールレストランの造成及び開催

星空保護区・食・地域の伝統工芸を掛け合わせた高付加価値商品の開発・検証を目的に、3 部制レストランを造成・開催。二次交通の問題から、車の運転が必要な背景を踏まえ、コースのペアリングにノンアルコールドリンクを含めた内容も開発した。



レストランにおけるデザート提供の様子



アフターパーティーにおける空間演出

◆計画策定・評価における 3 要素

軸となる食の開発

- 成果**：域内食材・星空を活かした高付加価値なペアリングメニューの開発。二次交通アクセス等の地域特性に即したノンアルコールドリンク開発も合わせて実施した。
- 課題**：地域ならではの食の確立、継続的な提供体制

特別な体験（ツーリズム）の造成・提供

- 成果**：地域ならではの星空等を活かしたストーリー構築と高付加価値な空間演出を含むナイトタイムコンテンツ創出となった。
- 課題**：販売時の再現性

持続的な推進を踏まえた体制づくり

- 成果**：地域公共団体主体の事業者連携及び体制構築となった。また、講習会・シェフ塾等を通じた域内シェフの意識醸成とシェフ間の新たなネットワーク構築に繋がった。
- 課題**：域内プロデューサーの確立

継続性のあるオペレーション整備に注力した 国外ラグジュアリー市場向けツアーの造成

鹿児島県民の力を集約し、食・自然・文化・ヒトを融合した継続性のある特別体験及びインバウンドへの
多様な対応を踏まえた商品造成と販路構築に向けた関係者への周知

国外著名シェフの食材視察を通じた鹿児島の魅力発掘及び周知と、活火山と黒潮から生まれた風土と食文化を体感するインバウンド富裕層向けツアー造成・販路構築の実施。

◆地域の課題及び地域が目指す姿

●**地域の課題**：自然と食の素材が非常に豊富な鹿児島は、非常にポテンシャルの高い地域ではあるものの、今回ターゲットにしている高付加価値欧米豪市場向けに魅力的なプレゼンテーションがされていないという課題がある。また、プロモーションとオペレーションのバランスが上手く取れていないために、実際の送客に繋がらない現状がある。

●**地域が目指す姿**：継続性のあるオペレーション（サプライヤー、ガイド、交通等）を整備し、3泊4日のツアーを完成させる。また、欧米豪市場旅行会社に販売をかけることで実際のツアー送客を実現する。これらを通して、鹿児島の食材の認知度を上げることを目指す。

◆事業内容

軸となる食：シラスから成る土地から生まれた野菜、黒毛和牛、鰹節、黒酢、焼酎、黒豚、錦江湾・黒潮の魚介類、塩等の調味料 等

【施策1】鹿児島食材を活用したメニュー開発・域内への発信

(1)域内飲食店によるメニュー開発

食文化を効果的に伝えるコンテンツ造成を目的に、域内各飲食店にて食の多様性に対応可能なものを含む、ターゲット別メニューを開発した。

(2)鹿児島の食の多様性を考える意見交換会の実施

体制内における認識統一及びガストロノミー・ツーリズム理解の促進を目的に、様々な立場から鹿児島県内の生産者・飲食店オーナーらと食と観光の意見交換を実施した。

【施策2】食材の魅力発掘及び富裕層向けツアー造成・販売に向けた検証及び販路構築

(1)国外著名シェフによる鹿児島食材視察ツアーの実施

域内の食の魅力発掘・プロモーション効果を目的に、ミシュラン3つ星シェフ3名の食材視察ツアーを実施し、鹿児島県の豊かな食材認知度向上に繋げ、NHK鹿児島では特集コーナーが組まれ、密着取材の様子が放送された。

(2)富裕層向けツアーの造成及びオフライン/オンラインでのファムツアー実施
九州エリア開拓及び顧客の送客を狙う国内外の旅行会社を招聘し、ファムツアーでの評価・検証を実施。また、多くの国内外のDMC、旅行会社への訴求・販路構築を目的としたオンラインファムツアーも開催した。



ベジタリアン対応メニュー
（開発メニュー）



意見交換会の様子



黒酢の壺畑視察の様子



食材視察ツアーにおける
焼酎試飲の様子

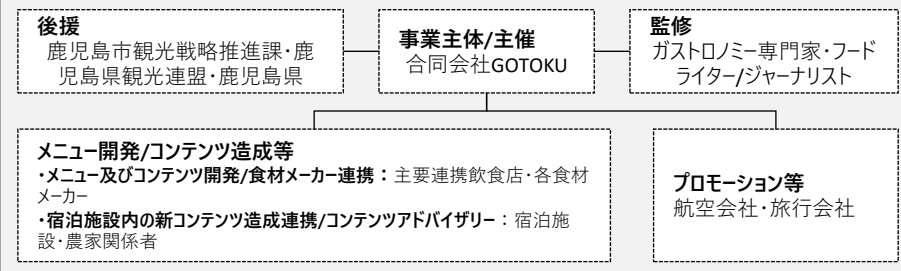


鰹節の試食及び
専門家の意見交換の様子



食事提供の様子

◆当事例の体制



◆計画策定・評価における3要素

軸となる食の
開発

●**成果**：地元鹿児島のシェフらと協力し、鹿児島の食材を活用した食の多様性への対応メニューの開発となった。また、国外著名シェフの食材視察では、鰹節や塩を手作業の伝統的製法で作る独自性が魅力として高く評価された。

●**課題**：他地域との差別化

特別な体験
（ツーリズム）
の造成・提供

●**成果**：一般ではアクセスできない体験を含むラグジュアリー市場向けツアー造成となった。ファムトリップの評価を通して、ターゲットのスタンダードに合わせた宿泊施設・体験コンテンツ調整に関する課題を得た。

●**課題**：体験内容と食との一貫性

持続的な推進を
踏まえた
体制づくり

●**成果**：今後の販売に向けた販路構築・造成したコンテンツの受注を達成し、事業期間内で1件の販売に繋がった。また継続性のある観光を実行する上で不可欠な県民の理解を得るため、NHKや国際的な観光雑誌「コンデナストラベル」にもフィーチャーいただき、記事掲載された。

●**課題**：県内広域での体制構築、地方公共団体との連携と多様性への理解

MEMO

MEMO

MEMO

令和 6 年度 地域一体型ガストロミーツーリズムの推進事業

観光庁 観光地域振興部 観光資源課

